

noverschen Kurier, während der Hannoversche Anzeiger, der dem Generalanzeigerring angeschlossen ist, das Blatt der großen Menge ist. — Diese Namen sind keine vollständige Liste, sie gehören nur hierher, um anzudeuten, welche Industrie Forderungen an die Gebrauchsgraphiker stellen kann — also kurz: alle.

Für den literarisch Interessierten gibt es nur zwei ausführliche Arbeiten, nämlich das Heft 1 des Jahrganges 1920 des selig entschlafenen »Plakates«, und das Hannoverheft Juli 1923 der »Reklame«. Allerlei Nettos über die Pflege des Druckes in vergangenen Zeiten wurde im vorigen Jahr beim hundertjährigen Bestehen des Hannoverschen Buchdrucker-Vereins wieder durch die Culemannsche Druckerei hervorgesucht. Um die Jahrhundertwende tat sich eine Anzahl hannoverscher Industrien zu einem Plakatwettbewerb zusammen.

Es waren darunter H. Bahlsen's Keksfabrik, H. W. Appel's Feinkostwerke, die Continental, Oscar Winter, Edler & Krische, Günther Wagner usw. Es kamen Arbeiten zusammen, die in ihren Ideen auch heute noch als glänzend angesprochen werden müssen und dieses um so mehr, da es damals noch nicht viele »Anregungen« gab. Wir finden da alte Kämpen wie Edel, Pädé, Prof. Hamel, Prof. Jordan und Schulz vertreten. Die Wettbewerbe von König & Ebhardt und Edler & Krische haben auf die Entstehung einer hannoverschen Gebrauchsgraphik trotz des guten Materials keinen wesentlich nachhaltigen Einfluß gehabt. Bahnbrechend wirkte Hermann Bahlsen, der Anne Koken dauernd für sein Werk beschäftigte. Aus ihrer Hand gingen jene vielgestaltigen, farbenfreudigen Packungen hervor, die den Namen »Leibniz-Keks« in Europa mit bekannt gemacht haben. Fast zur selben Zeit fing dann Günther Wagner an, seine Werbemittel einheitlich auszugestalten. Das damals einsetzende Verständnis für gute Schriften, welches aus England herüberkam, hat in der Zusammenarbeit mit E. W. Baule seinen Förderer gefunden. Baule in seiner kräftigen Holzschnittmanier hatte Gelegenheit, manchen Katalog zu gestalten, und mit Staunen sah man, wie interessant Werbeschriften gehalten werden können. Es soll hier des »Pelikan« der Hauszeitschrift von Günther Wagner, die seit 1912 erscheint, gedacht werden. Durch ihre hervorragende typographische Aufmachung gehört sie zu den Meisterleistungen auf dem Gebiete der Hauszeitschriften. Es berührt angenehm, daß sie nur wirklich Wertvolles an Aufsätzen bringt, und daß die Propagierung ihrer Erzeugnisse so zurückgehalten ist, daß man

color-factories of Günther Wagner should be named. The Iron Works in Wülfel, the stove and range factory of Oscar Winter, the Voss Works, the Hackethal and the Garvens Works are all well known names in the realm of specialized industry. The famous Biscuit factory of Bahlsen and Sprengel's chocolate factory must be mentioned with particular care as leading enterprises which have shown a great appreciation of high-grade poster and graphic art. The interests of this industrial and manufacturing world have an official organ in the "Hannoverschen Kurier", whilst the "Hannoversche Anzeiger" which is connected with the "Generalanzeiger" concern, is the paper read by the great masses. The names given are by no means a complete list—they are cited in this place only as an indication which industries are able to make demands upon the commercial artists—that is to say, all industries.

For those who are interested in the literary side of the question there are only two detailed works on hand, namely No. 1 of the 1920 volume of "Das Plakat" of blessed memory, and the Hannover number of the "Reklame" published in July 1923. All kinds of interesting things about the art of printing in past epochs were dug out during the celebration last year of the hundredth anniversary of the Hanoverian Printer's Society and published by the Culemann Printing Office. About the beginning of the new century a number of Hanoverian manufacturing firms got together and instituted a competition for a prize poster. Among these were the H. Bahlsen's Biscuit Factory, H. W. Appel's Delicacy Factory, The Continental Rubber Co., Oscar Winter, Edler & Krische, Günther Wagner, etc. This competition brought forth designs which, so far as their ideas are concerned, must be considered brilliant even today—the more so as there were not many "suggestions" in that distant day. We find some of the best names among the old veterans in this list, such as Edel, Pädé, Prof. Hamel, Prof. Jordan and Schulz. The competitions instituted by König & Ebhardt and Edler & Krische have exercised no essential influence upon the development of a specifically Hanoverian style of commercial art, in spite of the good material that was presented. Hermann Bahlsen acted as a pioneer in opening up new ways, and made constant use of the services of Anne Koken, who might be called the Paula Modersohn of advertising art. It was her hand which created all those varied, gaily colored packings which made the name "Leibniz-Keks" known throughout Eu-